

RILOMAX S.A.

Guayaquil, 14 de junio de 2003

Señores
Accionistas de RILOMAX S.A.
Ciudad.-

De mis consideraciones:

En cumplimiento de lo dispuesto en los estatutos de RILOMAX S.A., presento el informe correspondiente a la labor y acciones que la compañía ha desarrollado en el ejercicio económico del 2002:

- Como es conocimiento de ustedes, RILOMAX S.A., fue creada para la distribución de productos de consumo masivo de UNILEVER ANDINA – JABONERIA NACIONAL S.A.
- Este proveedor, interesado en segmentar en zonas blindadas a la ciudad de Guayaquil, nos asignò un àrea a atender, dando todo el soporte tècnico y servicio necesario para que esta zona cumple los objetivos que UNILEVER se habìa planteado.
- Las ventas presupuestadas para nosotros por parte de UNILEVER eran para el año 2001 por el monto de \$80.000,00 mensuales. Pero, para el año 2002, la facturación mensual promedio fue de \$350.000,00; cuatro veces màs lo programado por este proveedor y el propio RILOMAX S.A.
- Para poder cumplir con los objetivos y resultados esperados por UNILEVER S.A., se recurriò a dejar en garantía una hacienda a esta empresa, a fin de que los despachos de productos no se vean afectados y podamos cumplir con la facturación y las entregas asignadas.
- Se tuvo que invertir dinero para reestructurar toda la àrea de bodega, administración y despacho.
- Se gestionò en el Banco Internacional, nuestra ùnica entidad financiera con la cual operamos, una operación de \$10.000,00 (Diez mil 00/100 dòlares) con el ùnico fin de invertir en infraestructura de trabajo.
- Adicional a èsto, contratamos camiones repartidores: Tres camiones aptos para circular en zonas riesgosas y céntricas; y dos camiones de 4 toneladas para el despacho a Mayoristas.
- No se optò por la idea de comprar camiones para esta labor, porque implica que hagamos una fuerte inversión, y la rentabilidad de este negocio es muy baja que no permite hacer semejantes adquisiciones que implícitamente sugiere la contratación de mayor personal al que actualmente manejamos.
- Aprovechando la zona blindada y la cartera asignada por UNILEVER, se hizo un trabajo de campo con el objetivo de desarrollar y crear nuevos clientes no atendidos.
- Nuestro departamento de Ventas, dividiò la zona blindada en 34 distritos, y la ruta de visita fue muy bien definida con el fin de que la atención a los clientes sea eficiente y beneficiosa.
- El recorrido de ventas empieza desde el Lunes y finaliza el Viernes de cada semana; y la distribución de los pedidos, se inicia desde el Martes hasta el Sábado de cada semana. Con este sistema, la atención al cliente es a las 24 horas de haber solicitado su orden de compra.
- Gracias a la programación de ventas, logística, financiera y administrativa de nuestra organización, ha contribuido a que nos ubiquemos en el primer lugar dentro de los seis sub-distribuidores que UNILEVER ANDINA ha asignado.
- No conformes con la distribución de las líneas de UNILEVER, nos atrevimos a comercializar otras líneas de consumo masivo; entre ellas, puedo destacar: la línea de Gillette (pilas, cepillos, desodorantes y prestobarbas), la línea de NIRSA (atunes, sardinas, duraznos, peras y salsa tomate de marca REAL); confites, galletas y pañales desechables importados de CHILE; y cloro en sachet de la marca STRONG.

25 JUN. 2003

RILOMAX S.A.

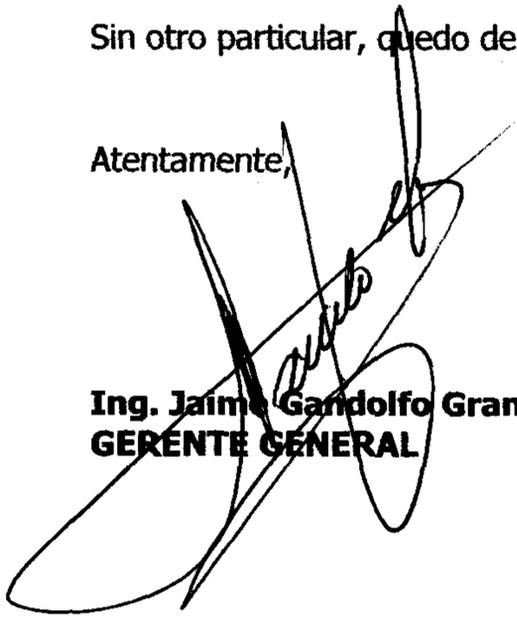
- El "atrevimiento" por así clasificarlo, fuè muy controlado y manejado; logrando el resultado esperado por todos.
- Actualmente, brindamos a nuestros clientes una gama de productos ideales y rentables para el funcionamiento de una tienda (detallista) o negocio al por mayor (mayorista).

Es por èsto y al evaluar el ejercicio econòmico del 2002, puedo comunicar a Ustedes que se han cumplido todas las metas y objetivos planteados por los accionistas y nuestros proveedores. El trabajo no ha sido fàcil, hemos tenido que enfrentar una guerra diaria y despiadada con los precios y la mercaderìa de contrabando; e incluso, el ingreso de sub-distribuidores de otras zonas blindadas de UNILEVER a nuestro espacio de trabajo; pero el equipo con el que cuenta RILOMAX S.A., en todas sus àreas, ha hecho que ganemos el respeto y el nombre que todo SUB-DISTRIBUIDOR DE CONSUMO MASIVO busca en este mercado tan competitivo y en especial en un paìs donde el mejor negocio se ha convertido en la ida a tierras lejanas para obtener mejores ingresos.

RILOMAX S.A., dà sustento a 32 familias, y siendo extranjero, siento que estoy aportando con un grano a todo lo recibido hasta el dìa de hoy por los ecuatorianos.

Sin otro particular, quedo de Ustedes.

Atentamente,


Ing. Jaime Gandolfo Granadino
GERENTE GENERAL

25 JUL 2003